

ABSTRAK

ANALISIS FAKTOR – FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPUTUSAN PEMBELIAN BBM JENIS PERTALITE DI KOTA BOYOLALI

YOGA WAHYU SAPUTRO

F 3214074

Untuk memenangkan persaingan bisnis dalam pemasaran agar konsumen dapat memutuskan untuk melakukan pembelian pada produk yang ditawarkan oleh perusahaan, maka perusahaan perlu memerhatikan beberapa faktor yang berkaitan dengan pemasaran diantaranya : promosi, harga, dan kualitas produk. Hal ini menuntut perusahaan untuk menerapkan strategi bauran pemasaran yang tepat.

Tujuan dari penelitian ini yaitu untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian bahan bakar minyak jenis pertalite di kota Boyolali terhadap pengaruh variabel promosi, harga, dan kualitas produk dalam melakukan keputusan pembelian secara bersama – sama. Penelitian ini menggunakan teknik pengumpulan data dengan menggunakan kuisioner, dan sampel yang digunakan sebanyak 100 responden. Teknik pengambilan sampel menggunakan *accidental sampling*. Sample dalam obyek penelitian ini adalah pemilik kendaraan bermotor dan konsumen bahan bakar minyak jenis pertalite di Boyolali. Metode analisis data menggunakan analisis regresi berganda , uji f, uji t dan R².

Hasil uji f menunjukkan bahwa nilai F hitung sebesar 35,641 dan dengan tingkat signifikansi 0,000 dan secara keseluruhan dari 3 variabel independen berpengaruh terhadap variabel dependen keputusan pembelian , dari uji hasil analisis berganda memiliki nilai koefisien dengan tingkat koefisien konstanta sebesar 1,608, tingkat koefisien kualitas produk sebesar 0,247, tingkat koefisien harga sebesar 0,341, tingkat koefisien promosi sebesar 0,330. Hasil uji t menunjukkan variabel harga merupakan variabel dominan dalam mempengaruhi keputusan pembelian dengan nilai t_{hitung} sebesar 3,391. Hasil uji R² menunjukkan bahwa secara bersama-sama ketiga variabel tersebut berpengaruh terhadap keputusan pembelian sebesar 51%.

Kata kunci : Bauran Pemasaran, Keputusan Pembelian, PT. Pertamina, TBBM

Boyolali

ABSTRACT

AN ANALYSIS ON THE FACTORS AFFECTING THE PERTALITE TYPE-FUEL PURCHASING DECISION IN BOYOLALI CITY

Yoga Wahyu Saputro
F 3214074

To win business competition in marketing to make the consumer capable of deciding to purchase the product offered by the company, the company should consider some factors related to marketing: promotion, price, and product quality. It requires the company to apply an appropriate marketing mix strategy.

The objective of research was to find out the factors affecting the decision of purchasing pertalite-type fuel in Boyolali including promotion, price and product quality, in making purchasing decision together. This research used questionnaire to collect the data and the sample consisted of 100 respondents, taken using accidental sampling technique. The sample of research consisted of the motor vehicle owners and consumers of pertalite-type fuel in Boyolali. The methods of analyzing data used were multiple regression analysis, F-, t- and R² tests.

The result of F-test showed F-statistic value of 35.641 at significance level of 0.000 and overall, out of 3 independent variables affecting the dependent variable of purchasing decision, from the result of multiple regression analysis, it could be found the coefficient value of 1.608, the coefficient of product quality was 0.247, that of price was 0.341 and that of promotion was 0.330. The result of t-test showed that price variable was a one affecting dominantly the purchasing decision with $t_{\text{statistic}}$ of 3.391. The result of R² test showed that simultaneously, the three variables affect purchasing decision of 51%.

Keywords: Marketing Mix, Purchasing Decision, PT. Pertamina, TBBM Boyolali

HALAMAN PERSETUJUAN

Tugas akhir dengan judul:

**ANALISIS FAKTOR – FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPUTUSAN
PEMBELIAN BBM JENIS PERTALITE DI KOTA BOYOLALI**

Telah disetujui dan diterima dengan baik oleh dosen pembimbing untuk dijadikan syarat guna mencapai derajat Ahli Madya Program Studi Diploma III Manajemen Pemasaran Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Sebelas Maret Surakarta.

Surakarta, 25 Agustus 2017



Drs. Djoko Purwanto, M.BA
NIP. 195901161985031004

HALAMAN PENGESAHAN

Tugas Akhir dengan Judul :

**“ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPUTUSAN
PEMBELIAN BBM JENIS PERTALITE DI KOTA BOYOLALI”**

Telah disahkan oleh Tim Penguji Tugas Akhir
Program Studi Diploma III Manajemen Pemasaran
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Sebelas Maret Surakarta

Surakarta, 21 Agustus 2017

Tim Penguji Tugas Akhir

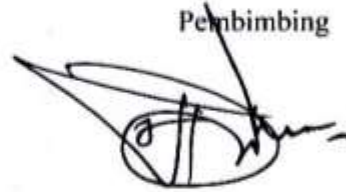
Penguji



(Drs. Moh. Amien Gunadi, MP)

NIP.195610231986011001

Pembimbing



(Drs. Djoko Purwanto, M.BA)

NIP.195901161985031004

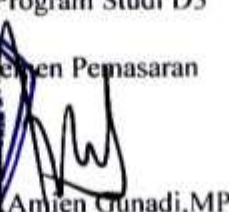
Mengetahui,

Ketua Program Studi D3

Manajemen Pemasaran

Drs. Moh. Amien Gunadi, MP

NIP.195610231986011001



HALAMAN PERNYATAAN ORISIONALITAS

Yang bertanda tangan di bawah ini mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Sebelas Maret :

Nama : Yoga Wahyu Saputro
NIM. : F3214074
Program Studi : D3 Manajemen Pemasaran
Judul Tugas Akhir (TA) : ANALISIS FAKTOR – FAKTOR YANG
MEMPENGARUHI KEPUTUSAN
PEMBELIAN BBM JENIS PERTALITE DI
KOTA BOYOLALI

Menyatakan dengan sebenarnya, bahwa Tugas Akhir yang saya buat ini adalah benar-benar merupakan hasil karya sendiri dan bukan merupakan hasil jiplakan/salinan/sanduran dari karya orang lain.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya.

Surakarta, 25 Agustus 2017.



Yoga Wahyu Saputro
NIM. F3214074

HALAMAN MOTTO

*“LIVE FOR YOURSELF AND YOU WILL LIVE IN VINE.
LIFE FOR OTHERS AND WILL LIVE AGAIN”*
(BOB MARLEY)

*“LOVE THE LIFE YOU LIVE.
LIVE THE LIFE YOU LOVE”*
(BOB MARLEY)

ALLAH TIDAK MEMBEBANI SESEORANG MELAINKAN SESUAI DENGAN
KADAR KESANGGUPANYA.
(Q.S.Al- Baqarah: 286)

“SESUNGGUHNYA BERSAMA KESULITAN ADA KEMUDAHAN”
(QS. AL-INSYIRAH:AYAT 5)

HALAMAN PERSEMBAHAN

Dengan mengucapkan syukur kepada ALLAH SWT, Tugas Akhir ini dipersembahkan penulis untuk:

1. Bapak dan ibuku tercinta yang selalu memberikan segalanya kepada anakmu.
2. Ibukku kedua, nenekku, dan adik-adikku tercinta yang selalu memberi nasihat dan memberi semangat.
3. Sahabat-sahabatku Fauzi, Luky, Onky, Dewi, Praty, Sifa yang selalu sayang dengan saya, dan telah membantu saya dalam mengerjakan tugas akhir ini.
4. Sahabat-sahabatku selama kuliah Juan, Coy, Haris, Humam, Dian, Mirza, Fauzi dan Prima terimakasih selalu ada dalam suka maupun duka, terimakasih telah berbagi jawaban tugas kuliah.
5. Buat Ratna Kusumawati terima kasih selalu memberikan semangat dan motivasi.
6. Sahabat seperjuangan genk SMA, Rahma, Linda, Ikhsan, Rasyid, Putri riska, Fajar Mei, dan Sisia terimakasih telah menjadi sahabat sampai saat ini.
7. Sahabatku Lina Melati dan Fitriani Rahasdi yang selalu memberikan nasehat.
8. Terimakasih kepada teman-temanku seperjuangan Program Studi Diploma III Manajemen Pemasaran 2014 FEB UNS, yang telah menjadi teman dekat dan berbagi ilmu selama kuliah.
9. Almamater

KATA PENGANTAR

Assalamualaikum Wr. Wb.

Segala puji syukur penulis panjatkan atas kehadiran Allah SWT, Pemelihara seluruh alam raya, yang atas limpahan rahmat, taufik dan hidayah-Nya, penulis mampu menyelesaikan Tugas Akhir yang berjudul **“ANALISIS FAKTOR – FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPUTUSAN PEMBELIAN BBM JENIS PERTALITE DI KOTA BOYOLALI”**

Tugas akhir ini dikerjakan demi memenuhi salah satu syarat guna memperoleh gelar Ahli Madya Program Studi Diploma III Manajemen Pemasaran Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Sebelas Maret Surakarta.

Penulis menyadari bahwa tugas akhir ini masih jauh dari kesempurnaan baik isi, bahasa serta penulisannya. Hal ini disebabkan keterbatasan penulis dari segi ilmu pengetahuan, bahan atau data, dana dan waktu sehingga kritik dan saran yang membangun sangat penulis harapkan demi kesempurnaan tugas akhir ini.

Terselesaikannya tugas akhir ini tentunya tak lepas dari dorongan dan uluran tangan berbagai pihak. Oleh karena itu, tak salah kiranya bila penulis mengungkapkan rasa terima kasih dan apresiasi kepada:

1. Bapak Drs. Djoko Purwanto, M.BA selaku Dosen Pembimbing Tugas akhir yang telah meluangkan waktu dan pikiran dalam memberikan bimbingan dan pengarahan.
2. Keluarga besar PT. Pertamina Boyolali yang telah memberikan pengetahuan dan pengalaman yang berharga bagi penulis, selama melakukan kegiatan magang.
3. Ibu Dr. Hunik Sri Runing Sawitri M.Si, selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Sebelas Maret Surakarta.
4. Bapak Drs. Moh. Amien Gunadi, MP selaku Ketua Program Diploma III Manajemen Pemasaran.
5. Bapak dan Ibu Dosen serta para Staff Karyawan Universitas Sebelas Maret Surakarta yang telah banyak membantu selama masa perkuliahan berlangsung serta memberikan ilmu pengetahuan serta fasilitas yang berkenaan dengan selesainya tugas akhir ini..
6. Bapak, Ibu, yang selalu mendukung, mendoakan, memberikan semangat, membimbing, menasehati, menyemangati. Terima kasih atas segala kasih sayangnya yang telah diberikan selama ini.
7. Teman-teman HMPS MP dan DIII Manajemen Pemasaran selama menjalankan perkuliahan yang ikut serta membantu penulis dalam menyelesaikan tugas akhir ini.
8. Terima kasih semua pihak yang telah membantu untuk menyelesaikan tugas akhir ini terutama sahabat-sahabatku, serta masih banyak lagi yang tidak bisa saya

ucapkan satu persatu saya mohon maaf. Terimakasih telah banyak memberikan bantuan dan masukan serta kritikan sehingga Tugas Akhir ini.

Semoga Allah SWT membalas kebaikan dan ketulusan semua pihak yang telah membantu menyelesaikan tugas akhir ini dengan melimpahkan rahmat dan karunia-Nya. Semoga karya penelitian tugas akhir ini dapat memberikan manfaat dan kebaikan bagi banyak pihak demi kemaslahatan bersama serta bernilai ibadah dihadapan Allah SWT. Amin.

Surakarta, 12 Juli 2017

Penulis

Yoga Wahyu Saputro

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	
ABSTRAK	i
<i>ABSTRACT</i>	ii
HALAMAN PERSETUJUAN	iii
HALAMAN PENGESAHAN	iv
SURAT PERNYATAAN	v
HALAMAN MOTTO	vi
PERSEMBAHAN	vii
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR GAMBAR	xv
DAFTAR LAMPIRAN	xvi
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah	5
C. Tujuan Penelitian	6
D. Manfaat Penelitian	6
E. Metode Penelitian	6
F. Populasi dan Sampel	7
G. Sumber Data	8
H. Metode Pengumpulan Data	8
I. Metode Analisis Data	9
BAB II LANDASAN TEORI	11
A. Pengertian Pemasaran	11

B.	Pengertian Perilaku Konsumen	11
1.	Definisi Perilaku konsumen	12
2.	Faktor Perilaku Konsumen	13
C.	Keputusan Pembelian	18
1.	Pengenalan Masalah	18
2.	Pencarian Informasi	19
3.	Evaluasi Alternatif	19
4.	Keputusan Pembelian	20
5.	Perilaku Pasca pembelian	20
D.	Marketing Mix	21
1.	Produk	22
2.	Harga	22
3.	Promosi	22
4.	Tempat	23
E.	Kualitas Produk	23
F.	Harga	24
G.	Promosi	26
H.	Kerangka Pemikiran	29
BAB III	PEMBAHASAN.....	30
A.	Gambaran Umum Perusahaan.....	30
1.	Sejarah PT. Pertamina	30
2.	Tugas TBBM Boyolali	31
3.	Arti logo	32
4.	Visi dan Misi	33
5.	Struktur Organisasi	34
6.	Tugas dan Wewenang	35
B.	Laporan Magang Kerja	38
1.	Pengertian Magang Kerja	38

	2. Tujuan Magang Kerja	39
	3. Pelaksanaan Magang Kerja	39
	C. Pembahasan dan Analisis Data	40
	1. Deskripsi Responden	40
	2. Analisis Data	44
	a. Uji Validitas	45
	b. Uji Reliabilitas	47
	c. Analisis Regresi Linier Berganda	48
	d. Uji F	50
	e. Uji t	50
	f. Uji Determinasi	52
BAB IV	PENUTUP	54
	A. Kesimpulan	54
	B. Saran.....	55
	DAFTAR PUSTAKA	
	LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

III.1 Kegiatan Magang Kerja	39
III.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	41
III.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	42
III.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan	42
III.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	43
III.6 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan.....	44
III.7 Hasil Uji Validitas Variabel Kualitas Produk	45
III.8 Hasil Uji Validitas Variabel Harga	45
III.9 Hasil Uji Validitas Variabel Promosi	46
III.10 Hasil Uji Validitas Variabel Keputusan Pembelian	46
III.11 Hasil Uji Reabilitas Instrumen	47
III.12 Hasil Uji Regresi Linier Berganda	48
III.13 Hasil Uji Determinasi	52

DAFTAR GAMBAR

II.1 Kerangka Pemikiran	29
III.1 Logo Perusahaan	32
III.2 Struktur Organisasi	35

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Daftar Kuisisioner

Lampiran 2. Lembar Analisis Data